


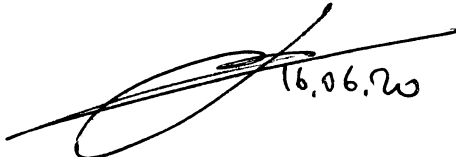


**БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ****ФАКУЛЬТЕТ машиностроительный  
КАФЕДРА «Инженерная экономика»****ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ****Зав. кафедрой** **О.А.Лавренова****«      »        2020 г.****РАСЧЕТНО-ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА****«Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций  
ООО «Алютех Инкорпорейтед»****Специальность 1-27 01 01 «Экономика и организация производства»****Направление 1-27 01 01-01 «Экономика и организация производства  
(машиностроение)»****Специализация 1-27 01 01-01 01 «Экономика машиностроительного  
предприятия»****Обучающийся  
группы 10302115**  
07.06.20**Е. А. Губаревич****Руководитель**  
11.06.20**С. В. Глубокий  
к.т.н., доцент****Консультант по конструкторско-  
технологическому разделу**  
04.06.20**Н. В. Шкинъ  
ст.преподаватель****Консультант  
по охране труда**  
11.06.20**Е. Ф. Пантелеенко  
к.т.н., доцент****Ответственный  
за нормоконтроль**  
16.06.20**В. М. Шарко  
зав.лабораторией****Объем проекта:****Пояснительная записка****114****страниц****Графическая часть****9****листов****Минск 2020**

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 114 с., 10 рис., 34 табл., 34 источник, 1 прил.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА,  
ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА,  
КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Объект исследования – ООО «Алютех Инкорпорейтед».

Предмет исследования – система маркетинговых коммуникаций в ООО «Алютех Инкорпорейтед».

Цель дипломной работы – внести предложения по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций ООО «Алютех Инкорпорейтед».

Методы исследования: статистические, экономический анализ, сравнение, логический, обработки информации.

В процессе выполнения работы проведены следующие исследования (разработки): рассмотрены теоретические основы маркетингового комплекса промышленного предприятия, изучены направления по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в ООО «Алютех Инкорпорейтед».

Элементами научной значимости (практической значимости) полученных результатов являются направления по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций.

Областью возможного практического применения являются само ООО «Алютех Инкорпорейтед», а также подобные организации данной сферы деятельности.

Студент-дипломник подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адаменкова, С.И. Анализ хозяйственной и финансовой деятельности предприятия / С.И.Адаменкова, А.С.Евменчик. – Минск: Элайда, 2011. – 352 с.
2. Бабук, И.М. Экономика предприятия / И.М. Бабук. – Минск: БНТУ, 2008. – 331с.
3. Короткевич, Л.М. Экономика предприятия промышленности. Пособие для слушателей системы повышения квалификации и переподготовки кадров по экономическим специальностям / Л.М.Короткевич. – Минск: БНТУ, 2015. – 118с.
4. Ануфриев, В.Е. Источники формирования маркетинговой стратегии предприятия и его совершенствование // Финансы. – 2018. – № 1. – С. 39.
5. Багиев, Г.Л., Маркетинг: Учебное пособие / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 736 с.
6. Байбардина, Т.Н. Маркетинговая деятельность организаций и организаций потребительской кооперации: Текст лекции / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева. – Гомель: «БТЭУПК», 2017. – 92 с.
7. Башаримова, С.И. Основы маркетинга: Курс лекций / С.И. Башаримова, М.В. Дасько – Минск: НИИ Белкоопсоюза, 2016. – 106 с.
8. Бланк, И.А. Формирование маркетинговой стратегии промышленного предприятия. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2017. – 656 с.
9. Бронникова Т.С. Маркетинг: Учебник / Т.С. Бронникова, А.Г. Чернявский. - М.: Инфра-М, 2017. – 325 с.
10. Герчикова, И.Н. Маркетинг: организация, технология: Учебное пособие / И.Н. Герчикова. – М.: Изд-во школы международного бизнеса МГИМО. – 2017. – 158 с.
11. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс., 2016. – 704 с.
12. Данько, Т.П. Система управления эффективностью маркетинга /Т.П. Данько, О.В. Китова // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2018. – №5. С.376.
13. Демидовец, В.П. Предпринимательский менеджмент: Курс лекций/ В. П. Демидовец. – Минск: БГТУ, 2018. – 123 с.
14. Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: Учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2017. – 253 с.
15. Казущик, А.А. Основы маркетинга: Учебное пособие / А.А. Казущик. – Мн: Беларусь, 2016. – 246 с.
16. Капон, Н. Управление маркетингом: Учебное пособие для вузов/ Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. – Спб: Питер, 2017. – 832 с.
17. Карпеко, О.И. Промышленный маркетинг: Учебное пособие / О.И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2016. – 415 с.
18. Ковалев, М.Н. Маркетинг: Учебное пособие / М.Н. Ковалев, Г.Л. Кабаева, О.В. Устименко; под ред. М.Н. Ковалева. – Гомель: УО ФПБ «Международный университет «МИТСО», 2017. – 377 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ф. Котлер, Д. Вильямс. – М.: Издательский дом, 2017. – 656 с.

20. Кулибанова, В.В. Маркетинг: Сервисная деятельность: Учебное пособие / В.В. Кулибанова. – СПб.: Питер, 2016. – 231 с.
21. Маркетинг: Учебное пособие / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2017. – 335 с.
22. Маркетинг: Учебное пособие / Г.Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – М.: ОАО Изд-во «Экономика», 2016. – 703 с.
23. Маркетинговая деятельность промышленных организаций: Вопросы теории и практики / Т.Н. Байбардина [и др.]; под ред. Т. Н. Байбардиной. – Гомель: ЦИИР, 2017. – 391 с.
24. Михарева, В.А. Маркетинг: Курс лекций / В.А. Михарева. – Минск: Юрайт, 2017. – 224 с.
25. Основы маркетинга. Теория и практика: Учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 381 с.
26. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга / Д. Райен. – М.: ШКИМБ, 2017. – 320 с.
27. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск: РИГТО, 2016. – 367 с.
28. Секерин, В.Д. Основы маркетинга: Учебное пособие / В.Д. Секерин. – М.: КноРус, 2017. – 232 с.
29. Синяева, И.М. Маркетинговые коммуникации: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – М.: Дашков и К°, 2017. – 323 с.
30. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е.Н. Скляр. – М.: Дашков и К, 2016. – 216 с.
31. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеев, В.А. Алексунин. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 216 с.
32. Смирнов, А. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. – СПб.: ИГ Весь, 2015. – 176 с.
33. Стражев, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / В.И. Стражев; под общ. ред. В.И. Стражева, Л.А. Богдановской. – 7-е изд., испр. – Минск: Выш. шк. 2017. – 527 с.
34. Шекова, Е.Л. Менеджмент и маркетинг: Учебное пособие / Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский, В.Н. Евланов. – СПб.: Лань, Планета Музыки, 2017. – 160